



Pressemitteilung

1/2026
Rosenheim, im März 2026

GRÖBI setzt auf starke Kampagnenpower und forciert Social Media für junge Zielgruppen

In einem für die AFG-Kategorie herausfordernden Jahr 2025 hat sich GRÖBI erfolgreich entwickelt. Österreichs Nr. 1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden setzt daher auch für 2026 auf die Power der bewährten Markenkampagne. Zudem wird die Social-Media-Kommunikation ausgebaut, um gezielt neue Zielgruppen zu erreichen und so die Erfolgsgeschichte der Marke fortzuschreiben.*

GRÖBI kann auch in Jahr 2025 bei seinen loyalen Markenfans wachsen. So konnten im vergangenen Jahr laut YouGov Handelspanel-Daten sowohl Anzahl der Stammverwender als auch Wiederkaufrate, Intensität, Menge/L pro Einkauf und Kauffrequenz signifikant gesteigert werden**. Dies belegt das große Vertrauen der Österreicher in die Qualität und den Geschmack von GRÖBI und festigt die Position als unangefochtene Nr. 1 im Segment der zuckerfreien Fruchtlimonaden.

Starke Kampagnen-Power mit strategischem Social-Media-Fokus

Aufbauend auf diesem soliden Fundament setzt GRÖBI 2026 auf massive Sichtbarkeit und investiert in eine Kampagne mit einer geplanten Reichweite von über 120 Millionen Bruttokontakten. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf dem strategischen Ausbau der Social-Media-Kommunikation in Form einer groß angelegten Social-Media-Kampagne in der Limonadensaison. Ziel ist es, die dynamische und authentische Kommunikation mit den Konsumenten weiter zu vertiefen und insbesondere auch jüngere Zielgruppen für den fruchtig-leichten Genuss von GRÖBI zu gewinnen.

„Die hohe Loyalität unserer Stammkäufer ist das stärkste Fundament, das man sich als Marke wünschen kann“, so Peter Blohorn, Senior Product Manager GRÖBI. „Für 2026 investieren wir daher gezielt in die Zukunft. Wir wollen diese positive Energie nutzen und die Geschichte von GRÖBI dort weitererzählen, wo sich neue Zielgruppen bewegen. Die Social-Media-Kampagne ist für uns der logische nächste Schritt, um die junge Generation zielgerichtet anzusprechen und zu GRÖBI Fans zu machen.“

Die Verantwortlichen bei DrinkStar sind überzeugt, mit der Fortsetzung der Kampagne und dem strategischen Ausbau der Social-Media-Kommunikation die positive Entwicklung voranzutreiben und die Position von GRÖBI als Österreichs beliebtester und erfolgreichster zuckerfreier Fruchtlimonade weiter zu festigen.

* NielsenIQ, Non Cola Light AT, 2025 Gesamt

** YouGov Shopper Panel Austria Total, Universum FMCG-Markt

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH

Peter Blohorn

Äußere Obergerstr. 36/5

83026 Rosenheim

Deutschland

peter.blohorn@drinkstar.de

Tel. +49 8031-2434-0

Hintergrundinformationen zur Marke GRÖBI®:

GRÖBI brachte 1967 die erste Limonade ohne Zuckerzusatz auf den österreichischen Markt. Erst viel später präsentierten andere Hersteller „light“- bzw. „zero“-Varianten ihrer gezuckerten Erfrischungsgetränke. Ziel – damals wie heute – ist es, mit GRÖBI ernährungsbewussten Verbrauchern eine wohlschmeckende und kalorienarme Alternative zu gezuckerten Limonaden zu bieten. Mit der großen Vielfalt von sieben fruchtigen, kalorienarmen Limonaden im österreichischen Markt beweist GRÖBI seine Kompetenz. Dank der Pionierrolle und der hohen Qualität erreicht GRÖBI bei den Verbrauchern Höchstwerte in puncto Bekanntheit und Vertrauen. Diese Erfolgsgeschichte dauert weiter an: Auch im Jahr 2025 lag GRÖBI voll im Trend der zuckerfreien Ernährung und bestätigte seine Marktführerschaft als Nr. 1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden*.

Über DrinkStar GmbH, das Unternehmen hinter FRUCADE:

Die auf alkoholfreie Getränke spezialisierte Rosenheimer DrinkStar GmbH ist Tochter der Symrise AG und agiert als eigenständige Handelsgesellschaft vorrangig in Deutschland und Österreich. Je nach Absatzmarkt vergibt DrinkStar entweder Lizenzen oder bietet einen eigenen Vertrieb für die Getränkemarken DEIT, FRUCADE, FRU, GRÖBI, TRi TOP sowie für SPEZI (in Deutschland für Einwegpackungen) und stellt dazu Konzentrate für die Abfüllung sowie die kompletten Marketing- und Werbekonzepte für die vielfach marktführenden Produkte zur Verfügung.